

PIAC ÉS/VAGY VÁLLALAT? A PIAC-VÁLLALAT DICHOTÓMIA FELOLDÁSA A TÖBBDIMENZIÓS VÁLLALATELMÉLETBEN

A piac és a vállalat a legfontosabb gazdasági intézmények közé tartoznak. Elméletük meglepő módon nem egységes, nem kellően kiforrott és kidolgozott. Az új intézményi közgazdaságtan és a modern osztrák iskola a piaccal és a vállalattal egymástól elválasztva foglalkoznak, azaz az előbbi „csak” vállalatelmélet, az utóbbi „csak” a piaci folyamatok elmélete. Ezzel szemben a szerző szerint egyik intézmény sem szemlélhető a másik nélkül, azaz a piac és a vállalat megértéséhez a két intézmény viszonyát kell megragadni. Erre a megközelítési módra a többdimenziós vállalatelméletben nyílik lehetőség.

A piac és a vállalat alapvető és elemi közgazdasági kategóriák. Egyetemi közgazdaságtani alapkurzusokon a hallgatók már az első szemináriumon megismerik ezeket a fogalmakat, majd aktívan használják őket a gazdaság „bonyolultabb” jelenségeinek és folyamatainak megmagyarázásakor. Azt gondolhatná tehát az ember, hogy e fogalmak definiálása egyértelmű, és könnyen elvégezhető már egy bevezető szemináriumon is. De ez nem így van. Furcsa paradoxon, hogy a közgazdaságtan mennyire homályos, nem egyértelmű és bizonytalan meghatározásokat ad olyan alapvető fogalmakról mint a piac és a vállalat, melyeket aztán az elmélet felépítése során alkalmaz.

Valójában persze sok meghatározás létezik mind a vállalatra, mind a piacra, de ezek egyike sem általános és teljes.¹ Nézetem szerint olyan komplex dolgok esetében, mint amilyen a vállalat és a piac is, nincs feltétlenül szüksége a tudománynak definícióra ahhoz, hogy állításokat fogalmazzon meg az adott dologról.² A vállalat tisztán induktív alapon történő definiálásának nincs jelentősége (Casson 1997:78), de ugyanez a piac esetében is igaz. Úgy gondolom, hogy e két kategória tudományos elemzéséhez elegendő abból a – ma már többé-kevésbé általánosan osztott – véleményből kiindulni, hogy a vállalat és a piac a két legfontosabb gazdasági intézmény.

Ez a nézet hiányzik a hagyományos neoklasszikus közgazdaságtanból, amelyben e két fontos intézmény közül valójában csak a piacról esik szó, de úgy, hogy a piac működéséről és lényegéről semmit sem tudunk meg: az elmélet a piaci igazodási folyamatokat nem képes bemutatni, csupán az egyensúlyi és hatékony végállapotot, amely ha egyszer megvalósult, tartósan fennmarad. Ugyanakkor a neoklasszikus közgazdaságtanban nem léteznek vállalatok, csak jogi fikciók, melyek a termelés technológiai egységei. „A vállalat az árelméletben csak retorikai eszköz, amely az árrendszer működésének bemutatását szolgálja” (Demsetz 1988), egy olyan kapocs, amely az exogén tényezők változásának hatására az árban és a mennyiségben bekövetkező változások megmagyarázását segíti (Marshall 1925). Ez az elmélet valójában egy árelmélet, amely tökéletes decentralizációt ír le, ahol a piaci tranzakciók biztosítják a Pareto hatékonyságot, így a vállalat létének nincs oka, ahogy Coase (1937) is megállapította. A fentiek fényében látható, hogy a neoklasszikus közgazdaságtan valójában e két alapvető intézmény, a piac és a vállalat, egyikét sem tudja megmagyarázni. Értelemszerűen ez a modell nem lehet alapja a mai kapitalista piacgazdaságok elemzésének, amelyekben vállalatok és piacok is léteznek. Más elméletek felé kell tehát fordulni.

Milyen elméletek felé forduljunk?

Újabbán a gazdasági intézmények vizsgálatát az új institutionalista közgazdasági iskola állítja középpontba.³ Az új intézményi közgazdaságtan⁴ nevével ellentétben azonban keveset mond magukról az intézményekről.⁵ Az „újak” olyan intézmények kialakulását szeretnék megmagyarázni mint a vállalat vagy az állam, miközben adott preferenciákkal rendelkező racionális egyéneket tételeznek fel. A vizsgálódást egy kezdeti, intézményektől mentes állapotban kezdik.⁶ Hodgson (1998) felhívja a figyelmet arra, hogy az új intézményi közgazdaságtan eme útja, amely adott preferenciákkal rendelkező egyének és egy kezdeti intézménymentes állapot feltételezéséből akarja levezetni az intézményeket, nem járható.

Bármennyire is „intézményinek” mondja magát az új intézményi közgazdaságtan, valójában csak az egyik intézmény, a vállalat kapcsán próbál választ adni olyan típusú kérdésekre, hogy miért létezik, vagy mi a lényege az adott intézménynek. Következésképpen a tranzakciós költségek és a szerződések nexusa elméletek – mivel a „miért léteznek vállalatok” kérdés megválaszolásával foglalkoznak – vállalatelméletek. A modern vállalatelméletek⁷ tehát nem mondanak semmit a piac lényegéről és működéséről. Ebben a tekintetben követik a hagyományos neoklasszikus közgazdaságtant.

A „mi a piac és hogyan működik” kérdés megválaszolásával a piaci folyamatok elmélete (modern osztrák közgazdaságtan⁸) foglalkozik. Az osztrák iskola (Mises 1949, Hayek 1946, Kirzner 1973, O'Driscoll és Rizzo 1985) elégedetlen a neoklasszikus egyensúlyi elemzéssel és a piacot mint folyamatot akarja megérteni. Az osztrák elmélet azt vizsgálja, hogy az egyéni döntések hogyan lépnek interakcióba a piacon, és hogyan generálnak olyan piaci erőket, amelyek az árakat és a mennyiségeket megváltoztatják. Az ő felfogásukban a piaci verseny dinamikus folyamat, melynek nem a végső állapota a fontos, hanem maga a folyamat. Az osztrák iskola a piac vezérlő erejének a vállalkozói felfedezési folyamatot⁹ tekinti, melyben a főszerepet a kirzneri vállalkozó¹⁰ játssza. Az osztrák iskola viszont keveset mond a vállalatról, nincs vállalatelmélete¹¹ (O'Driscoll és Rizzo 1985:123), megközelítésében a vállalat csupán a vállalkozói tervek megvalósításához szükséges eszköz.

A fentiek szellemében tehát azt mondhatjuk, hogy a gazdaság két alapvető intézményéről, a vállalatról és a piacról a közgazdaságtan két különálló, egymással intellektuális kapcsolatban nemigen álló ága, az új intézményi közgazdaságtan és a modern osztrák közgazdasági iskola

foglalkozik.¹² A két elmélet vizsgálódása – a kevés számú kivételtől eltekintve – eredeti kérdésfeltevésük (mi a vállalat és miért létezik, illetve mi a piac és hogyan működik) mentén történik. Következésképpen az új intézményi közgazdaságtan említett ágai „csak” vállalatelméletek, az osztrák iskola pedig „csak” a piac elmélete. Az elméleteket tanulmányozva azonban megállapítható, hogy mindkettő szől – ha csak felületesen is – a saját vizsgálatába nem vont másik kategóriáról is: a modern vállalatelméletek nem tudják a vállalatot megmagyarázni a piac bekapcsolása nélkül, de a piaci folyamatok elmélete sem tudja a piac működését megmagyarázni a vállalat bekapcsolása nélkül. Ez azt jelenti, hogy egyik elmélet kérdésfeltevése sem helyes, mindkét elméletben felmerül a „helyettesíti vagy kiegészíti egymást a vállalat és a piac” kérdés is. Azt gondolom tehát, hogy a gazdaság e két alapintézménye megértésének nem a két intézmény egymástól szeparált elemzésén kell alapulnia – ez a kutatási irány semmiképpen sem vezet az adott intézmény megértéséhez –, hanem a két intézmény viszonyának megértése vezet el az intézmények egyedi megértéséhez is. Tulajdonképpen a szakirodalomban megjelenő és meg nem oldott piac-vállalat dilemma is a fentieket támasztja alá. A vállalatot nem lehet úgy megmagyarázni, hogy az érvelésből kihagyjuk a piacot, és fordítva.¹³ Tisztázni kell – legalábbis elviekben – a piac és a vállalat viszonyát. Nem az a kérdés, hogy melyik létezett előbb, ez valószínűleg tyúk vagy tojás probléma. El kell ismerni, hogy a vállalat és a piac elválaszthatatlanul együtt élnek, létezésük korrelációban áll. Elfogadom azt a nézetet, miszerint a vállalat és a piac is javak (Losaby 1999:112) és nem természetes adottságok. Nyilvánvaló, hogy e két „jószág” között hasonlóságok, de generikus különbségek is léteznek. Ezeket kell feltárni. Azt gondolom, hogy mindez a többdimenziós vállalatelmélet¹⁴ keretében valósítható meg. A piac és a vállalat viszonyára vonatkozó saját álláspontom kifejtése előtt szükségesnek tartom a vállalatelmélet és a piaci folyamatok elmélete vonatkozó nézeteinek áttekintését. Az elméletek bemutatását a szakirodalomban a vállalat és a piac viszonyára vonatkozóan létező négy koncepció¹⁵ struktúrájában teszem meg. Ezek az alábbiak:

- (1) A piac és a vállalat csupán két elnevezés ugyanarra a jelenségre. Ez a nézet jellemzi a modern vállalatelméletek közül a vállalat mint szerződések nexusa elméletet (Alchian és Demsetz 1972, Cheung 1983).
- (2) A piac és a vállalat nem teljesen azonos dolgok, de csak empirikus értelemben különböznek. A gazdasági tevékenység megszervezésének különböző módjait

képviselik, de lényegileg nem különböznek egymástól. A piaci tranzakciók általában rövid távúak, személytelenek, a vállalat pedig hosszabb távú, és komplexebb szerződéseket tartalmaz. Ez a nézet Coase (1937) és Williamson (1985) elméletéből olvasható ki.

- (3) A vállalat és a piac különböző dolgok. A legfontosabb különbség közöttük abban áll, hogy a vállalat hasonló a tervgazdasághoz. E nézetet képviselik néhányan a modern osztrák közgazdaságtan reprezentánsai közül (Hayek 1973, Sautet 2000).
- (4) A vállalat és a piac alapvetően ugyanazzal a problémával, a koordinációval néz szembe. Ezt a nézetet az osztrák iskola közgazdászainak egy másik csoportja vallja (Cowen és Parker 1997, Mathews 1998, Ioannides 1999).

A fenti négy koncepció közül az (1) és a (2) az új institucionalista közgazdaságtan, a (3) és (4) a modern osztrák iskola koncepciója. Érdekes módon tehát mindkét elméletben létezik olyan nézet, amely a piac és a vállalat alapvetően eltérő természetére utal, és olyan is, amely azonos természetüket hangsúlyozza.

A piac és a vállalat eltérő természete

Coase és Williamson felfogása

A piac és hierarchia irodalom világos különbséget von a piac és a vállalat közé, ez a tranzakciós költségek¹⁶ különbségeiből ered. Az elmélet alapjait Coase 1937-es „The Nature of the Firm” című cikke rakta le. Coase nagy érdeme, hogy megállapította, az árelmélet alapján a vállalat létének nincs oka. A neoklasszikus árelmélet szerint a tranzakciók lebonyolításának ideális mechanizmusa a piaci koordináció. Ha ez így van, akkor miért léteznek vállalatok – tette fel a kérdést Coase (ibid. p. 19.). Megállapította, hogy a piaci koordinációs mechanizmus (árrendszer) használatának költsége van.

Coase úgy látta, a vállalat és piac alternatív koordinációs mechanizmusok a tranzakciók megszervezésére, azaz egymás helyettesítői. A vállalatok léte azt bizonyítja, hogy bizonyos tranzakciók megszervezésében a vállalat jelenti az erőforrások hatékony allokációját a piaccal szemben.¹⁷ A Coase által megfogalmazott teória szerint tehát, ha nem lennének tranzakciós költségek, akkor csak a piac koordinálna, a szervezetek (vállalatok) létének oka így a tranzakciós költségekben keresendő.¹⁸ Azzal, hogy

a piacot és a szervezetet egymás alternatíváinak tekintette, szigorú különbséget tett közöttük. Véleménye alapján a vállalat a piactól abban különbözik, hogy a piacon az egyének között önkéntesek a tranzakciók, míg a vállalaton belül az autoritás alapján történnek. Ezzel a vállalatot azonosította a többszemélyes, hierarchián alapuló struktúrával (Pitelis 1998). Coase (1937) szerint tehát a vállalat megkülönböztető jegye az árrendszer elnyomása. Az a kérdés, hogy miért létezik a vállalat azonossá vált azzal a kérdéssel, hogy miért nem az árrendszer koordinálja a termelést a vállalaton belül (Hodgson 1993:78).

Coase nyomdokain Williamson (1975, 1985) fejlesztette tovább az elméletet. Szerinte a tranzakciók megszervezésének általános elve a hatékonyság (economizing), ami nem csak a termelési, hanem az irányítási költségekre (governance cost) is vonatkozik. Ennek megfelelően a különböző tranzakcióknak jellemzőik szerint¹⁹ hatékony irányítási formák felelnek meg. Ezeket mutatja be (közepes mértékű bizonytalanságot feltételezve) az 1. táblázat.

A vállalat azért létezik, mert a piacon a tranzakciós

1. táblázat

Hatékony irányítási formák

		a beruházás specifikussága:		
		nem specifikus	közepes	specifikus
a tranzakció gyakorisága:	alkalmi	piaci irányítás	piaci irányítás	
	ismétlődő		bilaterális irányítás (hosszú távú szerződés)	egységesített irányítás (vertikális integráció)

Forrás: Williamson (1985)

költségek miatt kudarcok lépnek fel. A vállalat célja a tranzakciós költségek csökkentése, a szervezet nem más, mint egy olyan intézmény, amely a költségeket minimalizálja. Williamson hangsúlyozza, hogy „a hierarchia az a szervezeti forma, amit a legutolsó megoldásként kell választani” (Williamson 1993:134). Ez a nézet „a kezdetekben volt a piac” (Williamson 1975:20) állításhoz kapcsolódik, amely már Coase (1937) cikkében is megtalálható volt. Williamson ez alatt azt érti, hogy: „Helyénvaló feltételezni, hogy a tranzakciókat mindaddig a piacon szervezik meg, amíg a piaci csere komoly tranzakciós költségekkel nem jár. Az is mondható, hogy kezdetben volt a piac.” (Williamson 1981:1547)

Coase és Williamson tehát „a vállalat lényegét a piac prizmján át akarják megérteni”, a végső referenciát szá-

mukra a piac jelenti (Fourie 1993:41). A kezdeti piac feltevésével élve tulajdonképpen tagadják, hogy maga a piac is egy intézmény.²⁰

A tranzakciós költségek elmélet piac-vállalat koncepciója feszültségeit jelzi, hogy maga Williamson is a 90-es években írt tanulmányaiban eltávolodik a „vállalat és a piac mint alternatív koordinációs mechanizmusok” nézettől. Határozottan azt állítja, hogy a vállalat nem a piac kiterjesztése, hanem egy másfajta eszköz (Williamson 1991). Nézete szerint a piac nem képes utánozni a vállalatot, mert nem alkalmazhat parancsot, és mert egy teljesen másfajta szerződéses jog támogatja. Ugyanakkor a piac a spontán adaptáció terén, míg a vállalat a kooperatív adaptáció terén van előnyben.²¹ Ez a nézet a két intézmény komplementer jellegét veti fel a helyettesítéssel szemben.

Modern osztrák iskola

Vállalkozói vállalatelmélet

Sautet (2000) vállalkozói vállalatelméletében a piac és a vállalat különbözőségét hangsúlyozza, saját bevallása szerint ezzel a Coase-i tradíciót folytatja (ibid. p. 81.). A különbség lényege szerinte abban áll, hogy a vállalat része a piacnak és használnia kell azt. Piac nélkül – árak hiányában – nem lehetne kalkulálni²², és piac nélkül nem lennének vállalatok.²³

Az, hogy a vállalat lényegileg különbözik a piactól, a vállalkozói vállalatelméletben az alábbiakat jelenti. A vállalat kialakulása a piaci vállalkozói folyamathoz kapcsolódik. Ennek során a vállalkozó irányítása alatt szerveződnek össze az inputok. A vállalat egyik megkülönböztető jegye tehát az, hogy szervezettel rendelkezik, amely a vállalkozót szolgálja. A szervezetben az egyéneket a vállalkozói terv (cél) köti össze, míg a piacon nem létezik egyetlen egységes terv: a vállalatban belül az egyéneket a cél kapcsolja össze (end-connected), a piacon pedig az eszköz (árrendszer) köti őket össze (means-connected). A piac és a vállalat lényege tehát más.

Sautet (2000) végső soron – az osztrák kutatási programnak megfelelően – a piacot akarja megérteni, s ebben a törekvésében csak eszköz a vállalat megmagyarázása, hiszen szerinte a központi kérdés az, hogy a vállalatok léte hogyan kapcsolódik a piaci folyamatokhoz. A piaci folyamatok jobb megértéséhez Sautet vállalkozói vállalatelmélete azt próbálja bemutatni, hogy hogyan részei a vállalatok a piaci folyamatoknak.

A vállalat és a piac eltérő természetét kiemelendő Sautet megállapítja, hogy a vállalatban belül nincs a piaci árrendszerrel analóg mechanizmus (ibid. p. 124.): „nincs

piac a vállalatban belül, csak egy számviteli rendszer” (ibid. p. 125.), amely árnyékarakon alapul. Ezek az árnyékarok egyfajta transzferárak, fontosak a kalkuláció miatt, de nem piaci árak. Tájékoztatják a vezetőt az inputok divíziók közötti felhasználásáról, de csak vállalatban belüli, és nem piaci átváltást (trade-off) mutatnak. Következésképpen a piac és a vállalat alapvetően különböző dolgok²⁴, a vállalat megkülönböztető jegye, hogy tervezést is alkalmaz.

Spontán versus tervezett rend

Hayek (1973:43-46) vezette be a spontán rend (piac) és a tervezett rend (szervezet) megkülönböztetését. Szerinte a spontán rend akkor jön létre, ha sok egyén olyan absztrakt szabályokat követ, melyek ugyan semmilyen akciót nem erőltetnek rájuk, de definiálnak egy elfogadható keretet, amelyen belül az egyének cselekszenek. Éppen az ilyen akciók járulnak hozzá a spontán rend fennmaradásához és reprodukciójához. A spontán rend tehát az egyéni akciók nem szándékolt eredménye, és nem valamilyen tervekben kidolgozott produktum. Ezzel ellentétben a szervezet szándékosan létrehozott struktúra, melyben a résztvevők közös, explicit módon megfogalmazott célokat követnek. A szervezetben az egyének direkt utasításoknak engedelmessé válnak, azaz szervezeti hierarchia létezik.

Hayek alapján a vállalat egyfajta tervgazdaság, de nem kizárólag a parancs alapján működik, mert nem lehetséges a parancsoló agy számára minden tudást kommunikálni²⁵ (Hayek 1973:48). Mivel a tudás elkerülhetetlenül szétszórt (Hayek 1945), és a vállalatban belül is az²⁶, ezért a vállalatvezetésnek szabályokat is kell alkalmaznia annak érdekében, hogy az egyéneket implicit (tacit) tudásuk használatára ösztönözze. A vállalatban belül alkalmazott szabályok azonban különböznek a spontán rend szabályaitól, Hayek szerint három tekintetben: (1) kevésbé absztraktak, mert meghatározott irányba kell az akciókat terelniük, (2) nem implicitek, hanem explicitek, (3) specifikusak az egyén szervezetben elfoglalt helyére nézve.

A modern osztrák iskola tradicionálisan a piaci folyamatokra koncentrál, Hayek hangsúlyából is az következik, hogy a vállalatelmélet idegen az osztrák közgazdászok számára. Hayek azt hangsúlyozta, hogy azok az elvek, amelyekkel megérthető a spontán rend lényege, alkalmatlanok a szervezetek tanulmányozására.

Hayek nyomán előtérbe került a szabályok és rutinok szerepének hangsúlyozása a vállalatokban: „A vállalat tagjai olyan rutinokat követnek, találhatnak fel, tanulnak meg és imitálnak, melyek hosszú időn át léteznek. Hasonlóan Hayek kultúra elméletéhez, a rutinok gyakran impli-

citek, képességszerűek, melyeket nem tudatosan követnek, hanem azért, mert a múltban sikereket hoztak.” (Langlois 1992:176)²⁷ Langlois (1992) véleménye szerint, éppen ez az oka annak, hogy a vállalat is elemezhető ugyanazokkal az eszközökkel, mint a piac. Az az alapvető koncepcionális eszköz, amely az elemzésre használható, a koordináció.²⁸

A piac és a vállalat azonos természete

Szerződéses nexusa elmélet

Ebben a megközelítésben a piac és a vállalat közgazdaságtana nem különbözik élesen. Nincs külön vállalat-típusú és piac-típusú erőforrásallokáció. Mind a piac, mind a vállalat szerződéseket tartalmaz, a vállalat a piactól csupán ezen szerződések természetében különbözik. A szerződéses nexusa elmélet²⁹ szerint a vállalat esszenciája a szerződéses kapcsolatokban áll (Jensen és Meckling 1976:310). Az az állítás, hogy a vállalat nem más, mint szerződések halmaza, azaz egy jogi fikció, elsőként Alchian és Demsetz (1972) cikkében bukkant fel.

Alchian és Demsetz (1972) a vállalat létét a csoporttermelés során megjelenő ösztönzési problémával – melynek oka az információs aszimmetria és az opportunisták magatartása – magyarázzák: a vállalat lehetővé teszi a szerződés utáni mérési költségek³⁰ (measurement cost) csökkentését. Alchian és Demsetz (1972) szerint a Coase-i különbség az autoritáson és az ármechanizmuson alapuló allokációk között csak felszíni, a vállalat és a piac között a felek közti hatalom tekintetében nincs különbség: „A vállalat nem tulajdonosa minden inputnak. Nincs hatalma olyan parancsra, autoritásra, amely különbözne a piaci szerződéstől...” (Alchian és Demsetz 1972:777)

A szerződéses nexusa elmélet alapján a vállalat koncepcióját nagyon nehéz megragadni: nem egy individuum, hanem egy olyan jogi egység, amelynek gazdasági konzekvenciái vannak. Míg Coase különbséget tett a vállalat és a piac között, addig a szerződéses nexusa elmélet ezt nem tudja megtenni, a vállalatot mint szerződések nexusát azonossá teszi a piaccal. A piac és a vállalat csak a szerződések természetében különbözik, azaz az egyetlen különbség közöttük az, hogy a vállalatban az input-tulajdonosok hosszú távra szerződnek (Alchian és Demsetz 1972), s a vállalatban belüli szerződések nyitottak és folyamatosak. Nem meglepő tehát, hogy Alchian és Demsetz (1972), Fama (1980) és Cheung (1983) azt állítják, hogy a „vállalat” fogalomnak nincs a piactól eltérő tartalma: „...úgy tekinthetjük a vállalatot és a piacot, mint a piac egymással versenyző formáit...” (Alchian és Demsetz 1972:795). Ebben az értelemben „a vállalat tulajdonlása egy irreleváns koncepció” (Fama 1980:290),

„senki sem tulajdonosa a vállalatnak mint entitásnak” (Alchian és Woodward 1987:119), csak az egyes inputoknak lehetnek tulajdonosaik, és ők lépnek szerződéses kapcsolatokba a vállalat keretében.

Modern osztrák iskola

Mathews: a menedzsment is a piac használatát jelenti

Mathews (1998) Coase nézeteiből kiindulva fejti ki koncepcióját. Coase szerint a termelés megszervezésekor a vállalkozó két dolog között választhat: a piacot használja vagy vállalatot hoz létre (menedzsment), azaz aközött választ, hogy az inputokat a piacon vásárolja meg, vagy saját maga állítja elő őket. Mindkét esetben költségek merülnek fel. Coase alapján a vállalkozó azt az alternatívát választja, amelyik kisebb költségekkel jár, tehát akkor hoz létre vállalatot, ha a menedzsment költségei kisebbek, mint a piac használatának költségei.

Mathews (1998) szerint téves az a Coase-i nézet, miszerint a menedzsment és a piac különböző dolgok lennének. A piac használata tulajdonképpen menedzsmentet vásárlást jelent, ezért nem különbözik a menedzsmenttől. Ugyanis ha a vállalat a piacon inputokat vásárol (használja a piacot), egy sor olyan döntést kell hoznia, amely menedzsmentet igényel. Amikor pedig saját maga állít elő egy terméket, használnia kell a menedzsmentpiacot³¹. Mathews (1998) következtetése az, hogy a make-or-buy döntések nem arról szólnak, a piacot használjuk vagy a menedzsmentet, hanem arról, hogy melyik input piacát használjuk (ibid. p. 43).

Ebben a megközelítésben a vállalat a piac használatát jelenti, tehát nem különbözhet természetében attól. Ugyanakkor az osztrák hagyományoknak megfelelően Mathews elismeri, hogy a vállalat egy piaci intézmény, a vállalatok létrehozása és megszervezése része a piaci mechanizmusnak. A vezető alkalmazása (menedzsment) arra szolgál, hogy a piaci lehetőségeket megragadhatassuk. A menedzsment tehát nem áll ellentétben a piaccal. A piac-vállalat választás a piaci mechanizmus miatt áll fent, és maga ez a választás is része a piaci mechanizmusnak.

Cowen és Parker: piac a vállalatban belül

Cowen és Parker (1997) a piac és a vállalat hasonlóságára helyezve a hangsúlyt azt állítják, hogy a vállalatnak is használnia kell az árrendszert.³² Szerintük a vállalatban belül az allokációt a külső árakat figyelve és a belső szubjektív költségeket megbecsülve végzik el az egyének. A belső opportunity cost az ágensek szubjektív értékelésből fakad, és nem egyedi sajátossága a vállalatnak (Cowen és Parker 1997:54). A vállalat képes a piacot

utánozni azáltal, hogy a profitcenterek vezetői árnyékarakat használnak. Ezek a vállalaton belül alkalmazott transzferárak nem a piaci árakat helyettesítik – abban az esetben ha a piac egyáltalán nem is létezik –, sokkal inkább tekinthetők a belső opportunity cost mérésére tett kísérletnek. Míg a kompetitív piaci árak a piaci lehetőségeket mérik, addig a transzferárak a vállalat erőforrásainak belső szubjektív alternatív költségét jelentik. Ezek erősen szubjektívek és vállalat-specifikusak, s természetesen különböznek a piaci áráktól (ibid. p. 54). A transzferárak tehát azt tükrözik, hogy mennyit ér az erőforrás a vállalat számára, és nem azt, hogy mennyit ér a piacon.³³

A szerzők szerint egy jól vezetett nagyvállalat jobban hasonlít a piacra, mint amennyire különbözik tőle. Szerintük valójában a vállalaton belül is létezik a piac, egyfajta belső piac. A vezetésnek, amely a vállalkozást gyakorolja, olyan keretet kell létrehozni, amelyben a belső piaci folyamat a legjobban végbe tud menni, vagyis a vezetésnek a belső piacot kell támogatnia.

A vállalat és a piac tehát ugyanazzal a problémával néz szembe, a koordinációval és az adaptációval. Az, amit a piacok hatékonyan elvégeznek – az információk rugalmas, gyors feldolgozása – a tanuló szervezetek számára is fontos, imitálendő dolog.

Többdimenziós vállalatelmélet

A fent bemutatott elméletek egyike sem képes a piacot és a vállalatot, a két legfontosabb gazdasági intézményt mint olyat megmagyarázni. Az új intézményi közgazdaságtan célja a vállalat, míg a modern osztrák iskoláé a piaci folyamatok megértése. Mindkét iskolára nézve igaz, hogy kutatási programjában csak az egyik intézmény megmagyarázása szerepel, a másik intézmény csak egy olyan „segédeszköz”, amelyet kényszerűen alkalmaznak az elméletben. Mind az új institucionalisták, mind az osztrák közgazdászok vonakodva vonják be érvelésükbe a másik intézményt. Elméletük problémái pedig éppen ebből a megközelítésből származnak. Nézetem szerint nem lehet a vállalatot és a piacot egymástól elválasztva megérteni. A piac és a vállalat megmagyarázása csak összekapcsolatlanul valószínűsíthető meg, hiszen a piac és a vállalat kölcsönösen hatnak egymásra, egymás mellett léteznek, egyszerre nyújtanak megoldást azonos és különböző gazdasági problémákra. Ez a megközelítési mód – melyre a többdimenziós vállalatelmélet nyit lehetőséget – feloldja a vázolt elméletekben megjelenő dichotómiát.

A többdimenziós vállalatelmélet modellje kísérlet a vállalatelméletek általánosítására. Teóriám szerint a szerződéses és az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelméletek legkomolyabb fogyatéka, hogy egydimenziós

elméletek. Ez alatt azt értem, hogy a vállalatelmélet által megválaszolandó kérdésekre csak egy nézőpontból keresik a választ: vizsgálatuk csupán arra irányul, hogy milyen probléma megoldására ad lehetőséget a vállalat. Ezt a dimenziót magdimenzióknak³⁴ nevezem, mert a vállalat által megoldott probléma lényegi aspektusára vonatkozik. Az említett vállalatelméletek azért nem képesek a vállalatelmélet kérdéseire általános érvényű válaszokat adni, mert egydimenziós elméletek. A vállalat általános értelmű megértéséhez újabb dimenziók bekapcsolása szükséges, s ezek egyike a piaci dimenzió.³⁵

Azt, hogy a vállalat lényegéhez a piaci dimenzió is hozzátartozik, a fenti elméletekből kiolvasható elméleti dilemmák is alátámasztják. (1) Coase kérdése – miért léteznek vállalatok – akár meg is fordítható, s feltehető az a kérdés is, hogy miért létezik a piac.³⁶ Sőt Loasby szerint Coase eredendően rosszul tette fel a kérdést³⁷: nem azt kell megmagyarázni, hogy miért léteznek vállalatok, melyek csökkentik a piaci tranzakciós költségeket, hanem a vállalatot kell felhasználni a piac megmagyarázásában (Loasby 1999:87). Az elméletek tehát – ahogyan ez a fentiekben is kiolvasható – az intézmények megmagyarázásában két utat követnek: az intézményi közgazdaságtan a piacot használja fel a vállalat megmagyarázásában, a modern osztrák iskola újabb törekvése pedig a piac megmagyarázása a vállalat felhasználásával. (2) Ha piacgazdaságról beszélünk, akkor miért ne lehetne beszélni a „szervezetek gazdaságáról” is (Simon 1991). A „szervezetek gazdasága” felveti azt a kérdést, hogy a gazdasági tevékenység nagy részét miért szervezetek (vállalatok) végzik, és milyen szerepet játszik a piac, amely összeköti a szervezeteket.³⁸ (3) Szabad-e a vállalat tipikus és megkülönböztető jegyeit egy másik kategória, a piac értelmében megmagyarázni? Elvezet-e ez a módszer a vállalat immanens, általános jegyeinek a megragadásához? (4) De ha a vállalat természete nem eredeztethető a piacból, akkor mi a kapcsolata azzal? (5) Azonos vagy különböző problémákra biztosítanak-e megoldást? (6) Van-e értelme az időbeliség (kezdeti állapot) kérdésének a piac-vállalat viszonyban?

E dilemmák egy részére nyilvánvaló a válasz. Ha a vállalatot kizárólag a piac értelmében akarjuk definiálni, akkor nem tudunk olyan attribútumot tulajdonítani neki, amely megkülönböztetné a piactól. Ha a vállalatot egyfajta kvázipiacnak tekintjük, akkor mint társadalmi intézményt nem tudjuk azonosítani, pedig a piac és a vállalat közötti egyik legnyilvánvalóbb különbség éppen az, hogy a vállalat egy tartós társadalmi struktúra (Fourie 1993). A williamsoni elmélet kritikája alapján az is világos, hogy nincs értelme annak a kérdésnek, hogy mi volt előbb, a piac vagy a vállalat. Az ilyen típusú kérdések megvála-

szolása azért lehetetlen, mert a megokolásban mindig vissza lehet lépni még egy fokot. Ezek a kérdések éppen arra utalnak, hogy kölcsönös függés és meghatározottság áll fent a vizsgált jelenségek között.

A fenti dilemmák nyitott kérdések, s arra készítetnek, hogy más kontextusban gondolkozzunk a vállalatról és a piacról. A két szélsőséges álláspont, amely szerint a piac és a vállalat eredendően és gyökeresen különböző dolgok, teljesen különböző funkciókat látnak el³⁹, illetve, hogy a piac és a vállalat alapvetően azonos dolgok, nem tartathatók. Álláspontom szerint a piac és a vállalat részben helyettesítik, de ki is egészítik egymást. Lényegük és viszonyuk csak akkor érthető meg, ha ezt feltárjuk. Éppen erre nyújt lehetőséget a piaci dimenzió bekapcsolása. A piaci dimenzió alapján a piac és a vállalat mint olyan megmagyarázása elkerülhetetlenül összekapcsolódik, a vállalat megértéséhez a piac és a vállalat viszonyának megértése is hozzátartozik. A többdimenziós vállalatelméletben a piaci dimenzió arra vonatkozik, hogy rendelkezik-e és milyen piaci jegyekkel a vállalat. Az, hogy milyen mértékben és mely piaci jegyekkel rendelkezik a vállalat több tényezőtől függ, melyek feltárása e helyen a téma megértése szempontjából nem feladat és nem is szükséges. A lényeg az, hogy a vállalat adott helyzetekben különböző mértékben válhat hasonlónak a piachoz. De probléma fordítva is felmerül: a piac adott helyzetekben különböző mértékben hasonlíthat a vállalathoz. Sem a piac, sem a vállalat nem referencia, a vállalat is bizonyos mértékig piacszerű, ahogy a piac is vállalatszerű. Egyik sem érthető meg a másiktól elválasztva, egyidejűleg kölcsönösen meghatározzák egymást. Tehát a helyettesítés és a kiegészítés egyszerre áll fent a két intézmény között, de adott helyzetekben eltérő intenzitással. Ménard (1995) megállapítása – mely szerint a piac és a vállalat között végtelen átmenet lehetséges – valójában a piac és a vállalat különböző kombinációkban megvalósuló helyettesítő és kiegészítő viszonyára vonatkozik. A piaci dimenzió beépítése a vállalatelméletbe éppen azt jelenti, hogy feltárjuk, milyen téren helyettesíti, illetve egészíti ki egymást e két intézmény.⁴⁰

Milyen téren helyettesíti egymást a piac és a vállalat?

1. Mindkettő lehetővé teszi, hogy „intelligensen viselkedhessünk strukturális bizonytalanságban” (Loasby 1999:117). A piac, csakúgy mint a vállalat, a bizonytalanság következménye.⁴¹ Mindkettő egy nem fizikai, komplex tőkeeszköz, amely pontosan azért értékes, mert a jövő nem jelezhető előre. Olyan gazdaságban, amelyben a tudás, a képességek állandóan változnak, azaz a szereplők tudása nem tökéletes (tudáshiány áll fent) szükség van olyan intézményekre, melyek e változások követését segítik, azaz a tudáshiány-

nyal való megküzdés eszközei. A piac és a vállalat ilyen eszközök. A tudáshiány leküzdésének legalapvetőbb módja a tanulás. A piac és a vállalat is lehetővé teszi a tanulást, de más-más fajtáját támogatja.⁴²

2. A vállalat és a piac is eszközök a jövőbeli tranzakciók létrehozására és megőrzésére, tulajdonképpen a tranzakciók megszervezésének alternatívái abban az értelemben, ahogy Coase és Williamson is gondolják.
3. Hayek (1937, 1945) nyomán a piac és a vállalat szintén alternatívák lehetnek, de nem a tranzakciók megszervezése, hanem a szétszórt tudás koordinálása terén. Ez a nézet közvetlenül Hayek nézeteiből nem következik, sőt írásából ennek ellenkezője olvasható ki. Hayek az árrendszert (piac) tekintette a szétszórt tudás hatékony koordinációs mechanizmusának. Szerinte a piac a legjobb erőforrásallokációs mechanizmus, mert viszonylag olcsó kommunikációs hálózatot jelent (Hayek 1937:45, Hayek 1945:87). A változásokra adott adaptációban felsőbbrendűnek tekintette az árrendszert, mert az minimális információval dolgozik. Mindezek következtében az eredeti hayeki perspektíva alapján nincs szükség vállalatra. A többdimenziós vállalatelmélet megközelítésében azonban más kontextusba is áthelyezhetőek az eredeti hayeki nézetek, így juthatunk arra a megállapításra, hogy a szétszórt tudás koordinációját a vállalat is elvégezheti.
4. A piac és a vállalat is azonos „anyagból” vannak, nevezetesen képességekből (Langlois 1995).

Milyen téren különbözik (komplementer)

a piac és a vállalat?

1. A gazdasági hatékonyság a gazdaságban valahol már fellelhető tudás legjobb használatától függ, a gazdasági haladás pedig az új tudás létrehozásától. A piac képviseli a hatékonyság elérésének (a létező tudás használatának) mechanizmusát, a vállalat pedig az új tudás létrehozásának elsődleges forrása (Loasby 1999:127). Tehát a piac a hatékonyság elérése, a vállalat pedig az új tudás létrehozása terén rendelkezik komparatív előnnyel. A piac hatékonysága elsősorban az implicit (tacit) tudás termelése, tárolása és használata terén marad el a vállalat hatékonyságától.
2. A vállalatnak szüksége van a piacra, hiszen minden vállalat függ más vállalatok (például a szállítók) képességeitől is. A piac biztosítja azt, hogy mások képességeihez hozzáférjünk. Ezenkívül a vállalatoknak azért is szükségük van a piacra, mert nagyszámban bonyolítanak le tranzakciókat.⁴⁴ A piac viszonya a vállalathoz azonban más síkon határozható meg, nem úgy merül fel a kérdés, hogy szüksége van-e a piac-

nak a vállalatra: a piac a már létező vállalatok közötti kapcsolatot jelenti, azaz a piaci kapcsolatok összekötik a vállalatokat.

3. A vállalat és a piac különböző mértékben következményei az egyéni terveknek. A vállalat hayeki értelemben „tervezett rend”, a piac pedig „spontán rend” (Hayek 1973). Ennek következtében a szervezetek az alábbiakban különböznek a piactól: (1) A szervezetek formális megállapodáson alapulnak, amelyekben az önkéntesség fontos elem. (2) A hierarchia korlátozza az egyének magatartását a szervezetben. (2) A szervezetekben a koordináció tudatos. (3) A szervezetekben kooperációra is szükség van.
4. Létezik olyan viszony, a foglalkoztatás, amely csak a vállalatban belül értelmezhető. A foglalkoztatás ugyanis nem jelenti a tranzakció internalizálását, mivel a foglalkoztatási viszony csak a legelső momentumában, az egyén vállalatához való csatlakozásakor szerződés (Pitelis 1993:56.) Nincs tehát értelme vállalatban belüli és piaci foglalkoztatásról beszélni, az természetszerűleg vállalatban belüli dolog.
5. A vállalat fontos jellemzője, hogy képes a tudással és az információval takarékoskodni. Ez abból következik, hogy a vállalat szabályokat követ (Langlois 1992).
6. A vállalat és a piac különböző dolgok, mert a vállalat tervezést is alkalmaz. A tervezésre a vállalkozónak van szüksége koncepciója megvalósításához. A vállalkozó éppen azért hozza létre a vállalatot, hogy a piaci bizonytalanság egy részét kiiktassa, s ebben segíti a tervezés⁴⁵.

* * *

A többdimenziós vállalatelmélet – a piaci dimenzió bevezetésével – feloldja a piac-vállalat dichotómiát. Az új intézményi közgazdaságtan és az osztrák iskola a piac és a vállalat megmagyarázását egymástól elválasztva próbálják adni, azaz az előbbi „csak” vállalatelmélet, az utóbbi „csak” a piaci folyamatok elmélete. Ugyanakkor, paradox módon, mindkét iskola bekapcsolja az érvelésbe – „segédeszközként” – a másik intézményt is. Ez azt bizonyítja, hogy a vállalat nem magyarázható meg a piac nélkül, és fordítva. A piac és a vállalat megértéséhez a két intézmény viszonyát kell megragadni, csak ez oldja fel az említett elméletekben megjelenő dilemmákat. A többdimenziós vállalatelméletben a piac és a vállalat olyan intézmények, melyek kölcsönösen függenek egymástól és meghatározzák egymást, bizonyos terén helyettesítői, illetve kiegészítői egymásnak.

A piaci dimenzió felvázolásával a többdimenziós vállalatelmélet, mint egy új elmélet egyik dimenziójának el-

ső megfogalmazását adtam. Azt gondolom, hogy ezt a kutatást a jövőben folytatni kell, az eddigi eredményeket gazdagítani, részletezni szükséges. Erre bátorít az is, hogy a tárgyalt probléma egyre nagyobb jelentőséggel bír a közgazdaságtanban. ■

Irodalom

- Alchian, A. A. – Woodward, S. (1987) Reflections on the Theory of the Firm. *Journal of Institutional and Theoretical Economics* 143:110-136.
- Alchian, A. A. – Demsetz, H. (1972) Production, Information Cost, and Economic Organization. *American Economic Review* 62:777-795.
- Arrow, K. J. (1969) The Organization of Economic Activity: Issues Pertinent to the Choice of Market Versus Non Market Allocation. Megjelent: *The Analysis and Evaluation of Public Expenditure: The PPB System*. Vol. I. US Joint Committee. Washington, DC. US Government Printing Office
- Casson, M. (1982) *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Gregg Revivals. Aldershot. 1991
- Casson, M. (1997) *Information and Organization*. Oxford: Oxford University Press
- Chandler, A. D. (1992) What is a Firm? A Historical Perspective. *European Economic Review* 36:483-492.
- Cheung, S. N. S. (1983) The Contractual Nature of the Firm. *Journal of Law and Economics* 26:1-21.
- Coase, R. H. (1937) The Nature of the Firm. Megjelent: Williamson, O. E. – Winter, S. G. (szerk.): *The Nature of the Firm. Origins, Evolution, and Development*. Oxford University Press, New York, Oxford. 1991
- Cowen, T. – Parker, D. (1997) *Markets in the Firms: A Market Process Approach to Management*. London: Institute of Economic Affairs
- Demsetz, H. (1988) The Theory of the Firm Revisited. *Journal of Law, Economics and Organization* 4. 1:141-161.
- Dugger, W. M. (1990) The New Institutionalism: New but not Institutionalism. *Journal of Economic Issues* 24:423-431.
- Dulbecco, P. – Garrouste, P. (1999) Towards an Austrian Theory of the Firm. *Review of Austrian Economics* 12. 1:43-64.
- Fama, E. F. (1980) Agency Problems and the Theory of the Firm. *Journal of Political Economy* 88. 2:288-307.
- Foss, N. J. (1994) The Theory of the Firm: The Austrians as Precursors and Critics of Contemporary Theory. *Review of Austrian Economics* 7. 1:31-64.
- Foss, N. J. (1997) Austrian Insights and the Theory of the Firm. *Advances in Austrian Economics* 4:175-198.
- Fourie, F. C. V. N. (1993) In the Beginning There Were Markets? Megjelent: Piteleis, C. (szerk.) *Transaction Costs, Markets and Hierarchies*. Oxford: Basil Blackwell. pp. 41-65.
- Hayek, F. A. (1937) *Economics and Knowledge*. Megjelent: *Individualism and Economic Order*. London: Routledge and Kegan Paul. 1976. pp. 33-56.
- Hayek, F. A. (1945) *The Use of Knowledge in Society*. Megjelent: *Individualism and Economic Order*. London: Routledge and Kegan Paul. 1976. pp. 71-99.
- Hayek, F. A. (1946) *The Meaning of Competition*. Megjelent: *Individualism and Economic Order*. London: Routledge and Kegan Paul. 1976. pp. 92-106.
- Hayek, F. A. (1973) *Law, Legislation and Liberty*. London: Routledge. 1993

- Hayek, F. A. (1978) Competition as a Discovery Procedure. Megjelent: New Studies in Philosophy, Politics, Economics and History of Ideas. London: Routledge and Kegan Paul
- Hayek, F. A. (1982) Két oldalnyi képzelgés a szocialista kalkuláció lehetetlenségéről. Megjelent: Hayek, F. A.: Piac és szabadság: válogatott tanulmányok. Budapest. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó. 1995
- Hodgson, G. M. (1993) Transaction Costs and the Evolution of the Firm. Megjelent: Piteleis, C. (szerk.): Transaction Costs, Markets and Hierarchies. Oxford: Basil Blackwell. pp. 77-100.
- Hodgson, G. M. (1998) The Approach of Institutional Economics. Journal of Economic Literature XXXVI. March:166-192.
- Ioannides, S. (1999) Towards an Austrian Perspective of the Firm. Review of Austrian Economics 11. 1-2:77-97.
- Johnsen, H. C. G. (1999) Making Organisational Learning the Basis for an Austrian Theory of the Firm: Problems and Possibilities. Paper for the Workshop on Austrian Economics and the Theory of the Firm, Copenhagen, August 16-17, 1999
- Jensen, M. C. – Meckling, W. (1976) Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. Journal of Financial Economics 3:305-360.
- Kapás, J. (1999) A modern osztrák közgazdasági iskola nézeteinek alkalmazása a vállalatelméletben. Vezetéstudomány 11:22-32.
- Kapás, J. (2000) A vállalatelméletek általánosítása: többdimenziós vállalatelmélet. PhD értekezés, Miskolci Egyetem. Kézirat
- Kirzner, I. M. (1973) Competition and Entrepreneurship. Chicago: University of Chicago Press
- Langlois, R. N. (1992) Orders and Organizations: Toward an Austrian Theory of Societal Institutions. Megjelent: Caldwell, B. – Boehm, S. (szerk.): Austrian Economics: Tensions and New Directions. Boston: Kluwer. pp. 165-192.
- Langlois, R. N. (1995) Do Firms Plan? Constitutional Political Economy 6. 3:247-261.
- Loasby, B. J. (1999) Knowledge, Institutions and Evolution in Economics. Routledge. London and New York
- Marshall, A. (1925) Principles of Economics. London. Macmillan
- Mathews, D. (1998) Management vs. The Market: An Exaggerated Distinction. Quarterly Journal of Austrian Economics 1. 3:41-46.
- Mátyás, A. (1996) A hagyományos közgazdaságtan bírálata és kutatási körének kiszélesítése az új intézményi iskola képviselői részéről. Közgazdasági Szemle 7-8:614-628.
- Ménard, C. (1995) Markets as Institutions versus Organizations as Markets? Disentangling some Fundamental Concepts. Journal of Economic Behavior and Organization 28:161-182.
- Mises, L. (1949) Human Action: A Treatise on Economics. Third Revised Edition. Contemporary Books, Inc. Chicago. 1963
- Moore, J. (1992) The Firm as a Collection of Assets. European Economic Review 36:493-507.
- O'Driscoll, G. P. – Rizzo, M. (1985) The Economics of Time and Ignorance. Oxford: Blackwell
- Pitelis, C. N. (1998) Transaction Costs and Historical Evolution of the Capitalist Firm. Journal of Economic Issues 32. 4:999-1017.
- Samuels, W. J. (1995) The Present State of Institutional Economics: Critical Survey. Cambridge Journal of Economics 19:569-590.
- Sautet, F. – Foss, N. J. (1999) The Organization of Large, Complex Firms: an Austrian View. Paper for the Workshop on Austrian Economics and the Theory of the Firm, Copenhagen, August 16-17, 1999
- Sautet, F. E. (2000) An Entrepreneurial Theory of the Firm. London. Routledge
- Simon, H. A. (1991) Organizations and Markets. Journal of Economic Perspectives 5:25-44.
- Szakadát, L. (1996) Új idők – szelecskék. Az új intézményi közgazdaságtan magyarországi elterjedése. Közgazdasági Szemle 5:431-436.
- Williamson, O. E. (1975) Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. New York: The Free Press
- Williamson, O. E. (1981) The Modern Corporation: Origin, Evolution, Attributes. Journal of Economic Literature 19:1537-1568.
- Williamson, O. E. (1985) The Economic Institutions of Capitalism. New York: Free Press
- Williamson, O. E. (1991) Economic Institutions: Spontaneous and Intentional Governance. Journal of Law, Economics and Organization 7. Special issue:159-187.
- Williamson, O. E. (1993) Transaction Cost Economics and Organization Theory. Industrial and Corporate Change 2. 2:107-156.
- Witt, U. (1999) Do Entrepreneurs Need Firms? A Contribution to a Missing Chapter in Austrian Economics. Review of Austrian Economics 11:99-109.

Lábjegyzet

- 1 Nem könnyű arra a látszólag egyszerű kérdésre válaszolni, hogy mi a vállalat vagy mi a piac. Bizonyítja ezt az a tény, hogy az egyes szerzők különböző jellemzőket emelnek ki e két kategória kapcsán. Chandler (1992) például négy jellemvonással határozza meg a vállalatot: (1) jogi egység, (2) adminisztratív egység, (3) képessége, fizikai és likvid tőke együttese, (4) javak termelése és elosztásának eszköze. Moore (1992) szerint a vállalat eszközök kollektívja, Casson (1997:80-99) pedig nyolc jellemző adat alapján definiálja a vállalatot, és a sor még folytatható lenne. Nem célom e helyen e definíciók hiányosságait elemezni, de könnyen belátható, hogy ezek nem általános meghatározások, elegendő csupán a szervezet egy új típusára, a virtuális vállalatra gondolni. Hasonló nehézségekkel állunk szemben a piac definíálása terén is. Sokáig a cserék absztrak terének tekintették a piacot, ahol az eladók és a vevők közötti gyakori interakciók meghatározzák az árat. Jevons szerint a piac olyan külső üzleti kapcsolat, amely tudásközösséget (cserearányt) hoz létre, az Arrow-Debreu modellben pedig az ármechanizmus jelenti a piacot.
- 2 Véleményem szerint a közgazdaságtudománynak nemcsak, hogy nincs szüksége a vállalat és a piac definíciójára, de az nem is fogalmazható meg – ha tartjuk magunkat a definícióval szemben támasztott követelményekhez –, minden próbálkozás hiányos lesz a vállalat és a piac komplexitása miatt. Azt gondolom, hogy a definíálásra már csak azért sem érdemes erőt pazarolni, mert az egész közgazdaságtan tulajdonképpen a piac és a vállalat lényegének és működésének megértéséről szól.
- 3 Az intézmények kialakulásának, lényegének és működésének kérdését elsőként az ún. régi institucionalista iskola (Veblen, Commons, Mitchell, Myrdal) vetette fel. A „régiek” nem törekedtek arra, hogy átfogó, egységes és általános elméletet hozzanak létre, az egyes közgazdászok nézetei is csak laza kapcsolatban álltak egymással. Mivel a korukban divatos matematikai modelleket és más formális technikákat nem alkalmazták, elméletüket kevésbé szigorúnak, sőt alacsonyabb rendűnek tekintették, és hamar perifériára szorultak. Hodgson (1998) viszont a „régiek” egy kiváló elemzését adva „újrafelfedezésükre” csábítja a közgazdászokat. Mivel a „régiek” a vállalat és a piac kapcsán sem adnak egységes elméletet, így a tárgyalásból kihagyom őket.
- 4 Az új institucionizmus a 60-as évektől alakult ki az USA-ban, és több ága létezik. Lásd erről: Samuels (1995), magyar nyelven: Szakadát (1996), Mátyás (1996). Nemigen lehet egységes blokként kezelni az „újakat” hiszen ők maguk sem értenek egyet abban, hogy elméletüknek valójában mi is a lényege (Hodgson 1998). A

- vállalat és a piac megmagyarázása tárgyában közülük a tranzakciós költségek elmélete (Coase 1927, Williamson 1985) és a vállalat mint szerződések nexusa elmélet (Cheung 1983, Alchian és Demsetz 1972) a releváns elméletek. A továbbiakban az új intézményi közgazdaságtan elnevezés alatt ezekre gondolok.
- 5 Az új intézményi közgazdaságtan kritikájáról lásd: Dugger (1990).
 - 6 Williamson számára például ezt a kezdeti, intézménymentes állapotot a piac léte jelenti, és ebből vezeti le a többi intézményt (vállalatot).
 - 7 Modern vállalatelméletek alatt a szakirodalom a vállalat szerződéses elméleteit (tranzakciós költségek elmélete, szerződések nexusa elmélet, tulajdonosi jogok elmélete) érti. Itt ezt most azonosítottam az új intézményi közgazdaságtannal.
 - 8 Samuels (1990) az osztrák közgazdaságtant is az új intézményi közgazdaságtan egyik irányzatának tekinti.
 - 9 Lásd erről: Hayek (1978), Kirzner (1973).
 - 10 Kirzner (1973) vállalkozói elméletéről lásd: Kapás (1999).
 - 11 Meg kell jegyezni, hogy az utóbbi években erős lendületet vett az „osztrák stílusú” vállalatelmélet. Az alábbi munkák tartoznak ide: Sautet és Foss (1999), Sautet (2000), Ionnaides (1999), Witt (1999), Dulbecco és Garrouste (1999).
 - 12 A két elmélet közötti kapcsolatot veti fel Foss (1994, 1997).
 - 13 Megdöbbenő, hogy a közgazdaságtan egyes elkülönülő ágai között milyen éles az elhatárolódás, és hogy az egyes iskolákhoz tartozó közgazdászok mennyire vonakodnak kutatási körükbe vonni más elméletek által középpontba állított kérdéseket, melyek pedig nyilvánvalóan kapcsolódnak saját kutatási programjukhoz is. Jól példázza ezt a fenti két iskola esete is.
 - 14 Többdimenziós vállalatelmélet a szerződéses és az evolúciós-kompetencia-alapú vállalatelméletek általánosításaként felállított vállalatelméleti modell. Lásd: Kapás (2000).
 - 15 Cowen és Parker (1997) velem ellentétben csak három koncepciót említ.
 - 16 Magát a tranzakciós költség fogalmat elsőként nem Coase, hanem Arrow (1969:84) használta.
 - 17 Coase a vállalat létét, természetét és növekedését a külső piaci tranzakciók internalizálása érveléssel magyarázza. Williamson is követi ezt a gondolatot.
 - 18 Coase logikája szerint a vállalat a piaci tökéletlenségek miatt létezik. Álláspontja előfeltételezi a termelést és a piac létét (Pitelis 1998:263). Ha a piac eleve létezik, akkor az allokáció hatékonyan megtörténhet a piacon. Így ebben a logikában a vállalat nem létezne, ha nem lennének piaci tökéletlenségek.
 - 19 Az egyes tranzakciók alapvetően három ismervben különböznek egymástól: gyakoriság, a bizonytalanság mértéke, tranzakciós-specifikus beruházás iránti igény (Williamson 1985).
 - 20 A piac intézményjellegének elvetése komoly hiányosság a tranzakciós költségek elméletében. Természetesen a piac nem tekinthető egy kezdeti, intézménymentes állapotnak, ahogy ezt Hodgson (1998:182) is megállapítja.
 - 21 Az adaptáció – amely a gazdasági szervezetek központi problémája Williamson szerint – két fajtája a kooperatív és a spontán adaptáció. Lásd: Williamson (1993).
 - 22 Ez a nézet összességben Hayek (1982) megállapításaival, melyeket az ún. kalkulációs vitában tett.
 - 23 Ezzel – Coase teóriájához hasonlóan, de más magyarázattal – implicit módon a piac elsődlegességét hangsúlyozza.
 - 24 Meg kell jegyezni, hogy Sautet nézete közel áll Coase (1937) „a vállalat lényege az árrendszer elnyomása” nézetéhez, mivel az árnyékkárak szerinte nem piaci funkciót töltenek be, valójában a tervezést segítik.
 - 25 Ezzel a megállapítással Hayek a kalkulációs vitában a szocialista gazdaság lehetetlenségéről tett megállapítását viszi át a vállalatra.
 - 26 A tudás vállalatban belüli szétszórtságáról és az ún. hayeki tudás-problémáról lásd: Foss és Sautet (1999) és Sautet (2000).
 - 27 Ebben a tekintetben a vállalati kultúra spontán módon kifejlődött absztrakt szabályokat jelent.
 - 28 Valójában Hayek gondolataiban is megtalálható ez az állítás. Hayek az árrendszert a szétszórtság koordinálása legjobb eszközének tekintette a vállalat szemből. Ezzel mégiscsak azonos koncepcionális eszközt használ a két intézmény leírására, nevezetesen a koordinációt.
 - 29 Az irányzat elnevezése Jensen és Meckling 1976-os cikkéből származik.
 - 30 A mérési költség a tranzakciós költség egyik fajtája.
 - 31 Menedzsmentpiac alatt a vállalati vezetők piacát kell érteni. A menedzsmentpiac szó használata azt jelenti, hogy meg kell találni azokat a vezetőket, akik a legjobb döntéseket tudják hozni.
 - 32 Ez a nézet ellentétes Coase nézetével.
 - 33 Meg kell jegyezni, hogy a hagyományos szemléletben az árnyékkárakat a piaci árak (nem tökéletes) helyettesítőinek tekintették.
 - 34 A szerződéses elméletekben ez a központi „mag” a tranzakciós költség probléma, az evolúciós-kompetenciaalapú vállalatelméletben pedig az implicit (tacit) kompetencia (tudás) használata és az új tudás létrehozása.
 - 35 A többdimenziós vállalatelmélet a vállalatot az alábbi dimenziók mentén tekinti: (1) mag, (2) piaci, (3) vállalkozási, és (4) idő dimenzió. Lásd: Kapás (2000).
 - 36 „A piac sokkal fontosabb annál, semmint hogy kezdetinek tételezzük fel.” (Loasby 1999:112)
 - 37 Ez persze nem von le Coase érdemeiből a tekintetben, hogy korát messze megelőzte a „miért léteznek egyáltalán vállalatok?” kérdés felvetésével. A korabeli közgazdászok ugyanis a vállalatot adott-ságnak tekintették.
 - 38 A piacgazdaság a williamsoni „kezdetekben volt a piac” nézetet tükrözi, amelyben a piac az elsődleges, a „szervezetek gazdasága” viszont a vállalatok primátusából indul ki. Az elnevezés valójában az intézmények leírásának sorrendjét határozza meg. Simon (1991) felvetése nyomán arra a következtetésre lehet jutni, hogy egyik elnevezés sem helyénvaló, mivel a két intézmény kölcsönösen meghatározza egymást és kölcsönösen függ egymástól.
 - 39 A legfőbb érv e mellett, hogy a vállalat tud termelni, a piac pedig nem.
 - 40 Álláspontomból az is következik, hogy nincs szükség harmadik kategóriára, például a williamsoni hibrid intézmény bevezetésére.
 - 41 Már Coase (1937) is megállapította, hogy bizonytalanság hiányában a vállalat nem jönne létre.
 - 42 A piac és a vállalat tanulás terén megnyilvánuló különbségeinek leírását lásd: Johnsen (1999).
 - 43 A Coase-Williamson-féle érveléssel, miszerint a piac és a vállalat a tranzakciók megszervezésének alternatív módjai, nem az a probléma, hogy ne lenne igaz, hanem az, hogy nem kizárólag ebben áll a kapcsolat közöttük.
 - 44 Casson (1982:163–164) bemutatja azokat a tényezőket, amelyek piac hiányában a cserét akadályozzák. Ez alapján arra a következtetésre jut, hogy a vállalat létrehozása összekapcsolódik a piaccal.
 - 45 Tervezés alatt e helyen nem csupán a formális, explicit tervek kidolgozását kell érteni. A terv implicit formában is létezhet a vállalat tagjainak fejében.